

Reseñas de publicaciones

Cultures of Mass Tourism *(New Directions in Tourism Analysis)*

Obrador-Pons, Pau; Crang, Mike y Travlou, Penny (Editores)
Farnham. Ashgate Publishing Limited. 184 pp.
ISBN 978-0-7546-7213-5

Joan Carles Cirer

jccirer@gmail.com

“El Mediterráneo suele aparecer definido como una región herida sujeta al impacto de fuerzas externas, una región que debe ser preservada de las invasiones exteriores. Este libro responde a nuestra disconformidad con esa apreciación.”

Esta contundente afirmación aparece en la introducción que firman los tres editores y deja poco margen de dudas acerca de cual es el enfoque con el que pretenden acercarse a la realidad turística mediterránea. Su objetivo consiste en hacernos abandonar una anticuada visión que contrapone la modernidad europea al primitivismo mediterráneo, un mar que define una región que, según este estereotipo, puede ser visto como una unidad ecológica y social. En función de esta visión, buena parte de la bibliografía que intenta analizar el turismo en el Mediterráneo se nutre de la condescendencia, de considerar a las diferentes sociedades locales como entidades atrasadas que, golpeadas por las “hordas de oro”, han vendido sus primigenios valores culturales por un plato de lentejas. La palabra clave de este romántico modelo mental es dependencia: los atrasados países medi-

terráneos han sido invadidos por empresas extranjeras que han diseñado su futuro desde el norte, sin tener ninguna consideración con las necesidades económicas y culturales de los “indígenas”. Como muy bien indican los editores en el epílogo de la obra, este modelo mental ha tenido tanta aceptación que ha acabado adoptando carta de naturaleza entre los mismos habitantes del Mediterráneo que así rechazan sus responsabilidades, ya que la mayor parte del proceso ha sido realmente gestionado, (creemos que sería injusto decir que ha sido dirigido), desde el sur.

Si este libro adopta una visión divergente por lo que se refiere al ámbito geográfico también lo hace a nivel temático. El simple hecho de unir las palabras cultura y turismo de masas ya constituye, para la visión dominante, una verdadera herejía académica. Según esa visión tradicional, el turismo de masas solo puede ser considerado como un vector de aculturación, de destrucción de las venerables tradiciones residentes en los países receptores y de embrutecimiento de las masas obreras de Europa Occidental.

Los diferentes autores que exponen su trabajo en esta obra tienden a centrarse en los aspectos más comunes, domésticos y familiares del turismo de masas siguiendo una orientación empírica. Al releerlos conjuntamente es cuando aparece el planteamiento general de esta obra coral: demostrar que no puede analizarse el turismo a través de tópicos homogeneizadores, no existe un *Turistas vulgaris* que asola en manada las idílicas sociedades tradicionales como una moderna plaga de langostas sociales. Este es, sin lugar a dudas, el principal mérito de este libro, los diferentes artículos recogidos demuestran que no existe un modelo único de turista de masas, ni siquiera cuando limitamos nuestro análisis a un solo destino turístico.

Una tesis colateral consiste en demostrar la injusticia que se desprende de contemplar el hedonismo de forma negativa. El ocio no puede reducirse a visitar museos, asistir a representaciones de ópera o a contemplar con espíritu antropológico sesiones de sirtaki. El ocio contiene un componente hedonista que puede derivar en el establecimiento de nuevas vías de socialización a través de las relaciones establecidas en la piscina de un hotel, la terraza de un bar o la pista de baile de una discoteca.

Aparecen así los rituales de los turistas y su estudio se convierte en una de las innovaciones que aporta este libro. Los turistas siguen desde los años cincuenta, (cuando nació la actual versión del turismo de masas), unas costumbres, unas prácticas, la repetición de las cuales las convierte en verdaderos rituales antropológicos, es decir, en elementos identificadores de los miembros de un grupo. Esta constancia en la conducta constituye la demostración palpable del enraizamiento de esos comportamientos en nuestra sociedad occidental.

El libro incluye una introducción y un epílogo a cargo de los editores, Obrador, Crang y Travlou y siete artículos de los cuales tres están dedicados al turismo mediterráneo español. Obrador, Caletrío y O'Reilly dedican sus aportaciones al estudio del comportamiento de los turistas en la piscina de un hotel, a la comprensión de los factores que determinan las relaciones humanas entre turistas en la Costa Blanca y a la caracterización del *turismo residente* en Andalucía. Estos tres trabajos atraerán

al lector español por la novedad de su enfoque y por acercarnos a nuestra propia realidad turística desde una perspectiva comparativa y globalizadora.

Finalmente, el epílogo, plantea una serie de cuestiones que a partir de ahora, no podrán dejarse de lado en cualquier estudio posterior sobre el turismo de masas.

- 1) A pesar de todos los procesos de aculturación y destrucción que supuestamente ha soportado, el Mediterráneo todavía es el primer destino turístico del mundo. Adicionalmente, resulta que los modelos turísticos mediterráneos son, sistemáticamente, exportados al resto del mundo.
- 2) El turismo de masas se ha convertido en el elemento central del desarrollo económico de las diferentes regiones mediterráneas y ha actuado como factor aglutinador. Hoy en día, el único elemento realmente común entre lugares tan lejanos como Mallorca y Chipre es, precisamente, el turismo.
- 3) No existe un único modelo de turismo de masas, sino que este fenómeno muestra una gran variedad de formas y expresiones que lo alejan del modelo de "apisonadora cultural" propuesto por aquellos que lo consideran un factor de aculturación global.
- 4) El turismo de masas esconde auténticos comportamientos y actividades culturales. Lo que sucede es que su propia diversidad los oculta y los convierte en objetos de estudio especialmente complejos. Quien pretenda conocer el turismo de masas desde un punto de vista cultural deberá despojarse de prejuicios y actuar como cualquier antropólogo o sociólogo ante los comportamientos humanos que pretende comprender y descifrar.

No queremos finalizar sin enumerar algunos aspectos discutibles del presente trabajo, en primer lugar su *numerofobia*. La ausencia de datos cuantitativos nos impide conocer el verdadero alcance de los casos tratados que, ante la imposibilidad de establecer comparaciones, podrían llegar a ser descalificados por anecdóticos. En segundo lugar sorprende que se platee la cuestión de la autenticidad de la experiencia turística en alguno de los artículos, un tema que, precisamente, es claramente rechazado en otros. Finalmente, alguno de los artículos deriva hacia un vía en exceso

descriptiva, dedicando un esfuerzo insuficiente a la síntesis comprensiva del fenómeno del turismo de masas.

Debemos felicitarnos por la aparición de una obra que intenta describir y comprender un hecho social que ha adquirido difusión universal, convirtiéndose en uno de los signos de identidad de la segunda mitad del siglo XX. El enfoque adoptado evita el peaje de prejuicios anteriores, (rayanos muchas veces en el simple deprecio hacia el objeto estudiado), y su propia novedad abre una senda que se promete diversa y fecunda.

Recibido: 10/10/2009
Aceptado: 13/03/2010